

PREFAZIONE	11
<i>di Bianca Lettieri - Presidente Comitato Imprenditoria Femminile</i>	
INTRODUZIONE	15
CAPITOLO I	
L'IMPRESA FEMMINILE: ASPETTI DEFINITORI E PROBLEMATICHE DI GENERE	
I.1. La donna nell'economia globalizzata	23
I.2. Le pari opportunità tra misure e strumenti	32
I.2.1. Le politiche europee	32
I.2.2. La normativa italiana	35
I.3. Verso una definizione di impresa femminile	39
I.4. Il "gender management" nella letteratura internazionale	45
<i>Bibliografia</i>	58
CAPITOLO II	
L'ANALISI STRUTTURALE DELL'IMPRENDITORIA FEMMINILE SALERNITANA	
II.1. Le imprese femminili in provincia di Salerno	65
II.2. La forma giuridica delle imprese femminili	70
II.3. La dimensione delle imprese femminili	76
II.4. L'analisi della longevità	79
II.5. L'intensità della presenza femminile	73
II.6. I settori produttivi	84
II.7. La distribuzione dell'imprenditoria femminile sul territorio salernitano	94
II.8. La sopravvivenza delle imprese femminili	101
II.9. Il ruolo delle donne nelle imprese	104
II.10. Il profilo delle imprenditrici salernitane nel confronto internazionale	109
<i>Bibliografia</i>	118

CAPITOLO III

LA STRUTTURA DELL'INDAGINE CAMPIONARIA

III.1.	Le finalità della ricerca	119
III.2.	Il disegno della ricerca	121
III.2.1.	Il processo di campionamento	121
III.2.2.	Il questionario	127
III.3.	La rilevazione e l'elaborazione dei dati	130
III.4.	I risultati dell'indagine	132
	<i>Bibliografia</i>	132

CAPITOLO IV

I RISULTATI DELL'INDAGINE CAMPIONARIA SULL'IMPRENDITORIA FEMMINILE
NEL COMPARTO VITIVINICOLO

IV.1.	Descrizione e Caratteristiche del genere - I Sezione	136
IV.2.	Gli elementi formali dell'impresa femminile - II Sezione	138
IV.3.	L'Offerta - III Sezione	139
IV.4.	La Domanda - IV Sezione	143
IV.5.	L'Internazionalizzazione - V Sezione	145
IV.6.	L'Innovazione - VI Sezione	158
IV.7.	La Leadership - VII Sezione	160
IV.8.	Le implicazioni strategiche e le prospettive di sviluppo	162
	<i>Bibliografia</i>	168

CAPITOLO V

I RISULTATI DELL'INDAGINE CAMPIONARIA SULL'IMPRENDITORIA FEMMINILE
NEL COMPARTO DELLE PASTE ALIMENTARI

V.1.	Descrizione e Caratteristiche del genere - I Sezione	169
V.2.	Gli elementi formali dell'impresa femminile - II Sezione	170
V.3.	L'Offerta - III Sezione	170
V.4.	La Domanda - IV Sezione	171
V.5.	L'Internazionalizzazione - V Sezione	172
V.6.	L'Innovazione - VI Sezione	173
V.7.	La Leadership - VII Sezione	174
V.8.	Le implicazioni strategiche e le prospettive di sviluppo	175
	<i>Bibliografia</i>	177

CAPITOLO VI

I RISULTATI DELL'INDAGINE CAMPIONARIA SULL'IMPREDITORIA FEMMINILE
NEL COMPARTO DELLA SARTORIA E CONFEZIONI DI ABBIGLIAMENTO

VI.1. Descrizione e Caratteristiche del genere - I Sezione	179
VI.2. Gli elementi formali dell'impresa femminile - II Sezione	180
VI.3. L'Offerta - III Sezione	180
VI.4. La Domanda - IV Sezione	182
VI.5. L'Internazionalizzazione - V Sezione	182
VI.6. L'Innovazione - VI Sezione	184
VI.7. La Leadership - VII Sezione	185
VI.8. Le implicazioni strategiche e le prospettive di sviluppo	186
<i>Bibliografia</i>	188

CAPITOLO VII

I RISULTATI DELL'INDAGINE CAMPIONARIA SULL'IMPREDITORIA FEMMINILE
NEL COMPARTO ALBERGHIERO

VII.1. Descrizione e Caratteristiche del genere - I Sezione	190
VII.2. Gli elementi formali dell'impresa femminile - II Sezione	192
VII.3. L'Offerta - III Sezione	193
VII.4. La Domanda - IV Sezione	196
VII.5. L'Internazionalizzazione - V Sezione	197
VII.6. L'Innovazione - VI Sezione	210
VII.7. La Leadership - VII Sezione	211
VII.8. Le implicazioni strategiche e le prospettive di sviluppo	213
<i>Bibliografia</i>	218

CAPITOLO VIII

ANALISI DELLE CONDIZIONI DI LONGEVITÀ E VITALITÀ
DELLE IMPRESE FEMMINILI DEL COMMERCIO IN PROVINCIA DI SALERNO

VIII.1. L'individuazione dei fattori di longevità	219
VIII.2. Aspetti strutturali della longevità delle imprese commerciali femminili	221
VIII.3. Aspetti strutturali della vitalità delle imprese commerciali femminili	227
VIII.4. Una sintesi strutturale delle imprese commerciali femminili in provincia di Salerno	230
<i>Bibliografia</i>	232

CAPITOLO IX

UN'INDAGINE SUI RISULTATI ECONOMICI E FINANZIARI DELLE IMPRESE
GUIDATE DA DONNE NEI SETTORI ALBERGHIERO E ALIMENTARE

IX.1. Premessa	233
IX.2. Metodologia di analisi	235
IX.3. Alcune caratteristiche strutturali delle imprese femminili	239
IX.4. Le performance delle imprese femminili nel comparto delle paste alimentari	245
IX.5. Le performance delle imprese femminili nel settore alberghiero	248
IX.6. Discussione dei risultati e conclusioni	254
<i>Bibliografia</i>	256

CAPITOLO X

VERSO UN NUOVO "GENERE DI IMPRESA": LEADERSHIP E INNOVAZIONE

X.1. Leadership e donne	259
X.2. La donna imprenditrice tra competenze tecniche e abilità trasversali	263
X.3. Diversità di genere: aspetti cognitivi e comportamentali	268
X.4. E-competencies e leadership femminile	273
X.5. Web e ICT: genere e leadership innovativa	278
X.6. Il diamante rosa dell'innovazione per una nuova narrazione di impresa	287
X.7. Riflessioni conclusive	291
<i>Bibliografia</i>	294

CAPITOLO XI

UNA POSSIBILE TASSONOMIA DELLE IMPRESE FEMMINILI.

RIFLESSIONI CONCLUSIVE, IMPLICAZIONI MANAGERIALI

E PROSPETTIVE EVOLUTIVE

Bibliografia

299

311